
 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima :	- 3 OCT 2005
Inventarisasi :	L2795/EM/Hd.10/2005
Klasifikasi :	R/658.8342/Ret/05
Selesai Diproses :	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
MENGUNJUNGI *SHOPPING MALL***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
RR RETNO WIJAYANTI
NPM : 00 03 12372**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JUNI, 2005**

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
MENGUNJUNGI *SHOPPING MALL***

Disusun Oleh:

RR RETNO WIJAYANTI

NPM : 00 03 12372

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



(W. Mahestu Noviandra, SE., MScib.)

Tanggal 9 Mei 2005

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
MENGUNJUNGI *SHOPPING MALL*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RR RETNO WIJAYANTI

NPM : 00 03 12372

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 7 Juni 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

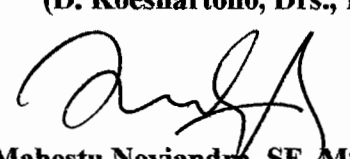
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


(E. Kusumadmo, Drs., MM.)

Anggota Panitia Penguji


(D. Koeshartono, Drs., MM.)


(W. Mahestu Noviandra, SE., MScib.)

Yogyakarta, 7 Juni 2005

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



(Dr. F.X. Suwanto, MS.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

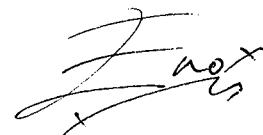
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN

MENGUNJUNGI *SHOPPING MALL*

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 Mei 2005

Yang menyatakan



RR Retno Wijayanti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas segala limpahan kasih, berkat, dan penyertaan-Nya yang tak pernah berkesudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi dengan judul **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MENGUNJUNGI *SHOPPING MALL*”** ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, tidaklah terlepas dari berbagai pihak yang telah banyak membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Tuhan Yesus Kristus serta Bunda Maria dengan segala kasih dan kemurahan-Nya telah menuntun, memberkati dan memudahkan jalanku
2. Ibu W. Mahestu Noviandra, SE.,Mscib. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan dengan sangat sabar memberikan ide-ide, bimbingan, serta nasehat yang sangat berguna selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. F.X. Suwanto, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ibu Th. Agung Harsiwi selaku dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang berharga.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu dalam menyelesaikan studi.
6. Segenap Staf Tata Usaha, Staf Perpustakaan S1 maupun Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi, karyawan *Copy Center* , dan Karyawan Parkir Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama penulis menuntut ilmu.
7. Bapak dan Ibuku, atas semua yang terbaik dalam hidupku lewat segala doa, semangat, nasehat, dan fasilitas yang dibutuhkan penulis.
8. Alm. Eyang Kakung atas segala doa dan restu yang pernah Beliau berikan, semoga diterima di sisi kanan Allah Bapa.
9. Mba' Ana, Mba' Ayi dan juga my little brother Dion yang sudah memberikan dorongan, semangat dan motivasi hingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
10. My Beloved Eustachius Wasista Sahana, in all intensive of life you are with me. Thanks a lot for your love, drive and prayer, you make everything nice and possible.
11. Nit-Not, makacih.....makacih....dan makacih..... you are the best friend.
12. My Little Pets : Monci, Mody, Doly dan si Kembar Lolo & Lulu, I Luv U.....
13. Semua adik-adikku : Bayu, Ndaru, Danang, dan Ina terimakasih atas doa dan dukungannya.
14. My sweet sister Ruly, makasih ya atas kartu perpustakaan dan editannya, tetap semangatCayo!!!!
15. Tante Vien, Luvi , 'n Tya makasih atas doa, bantuan dan holy spiritnya.

16. Sahabat-sahabatku: Etha, Wita, Heri, Ucrit, Ita cilik, Dewi, Ningrum Ndut, Cristin, Yohan, Ari, Tata, Babe, Vicka, Putri, Rista, Anna, Vony, Wiwid, Tari, Ebeth, Erna, yang telah banyak memberikan bantuan, pinjaman buku, dan support dalam penyusunan skripsi ini.
17. Teman seperjuangan skripsiku : Fifi, Febri, Widya, Kristy, Rony terimakasih untuk sharingnya dan terus berjuang jangan putus asa...
18. Semua pihak yang tidak kalah penting tetapi tidak dapat di sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

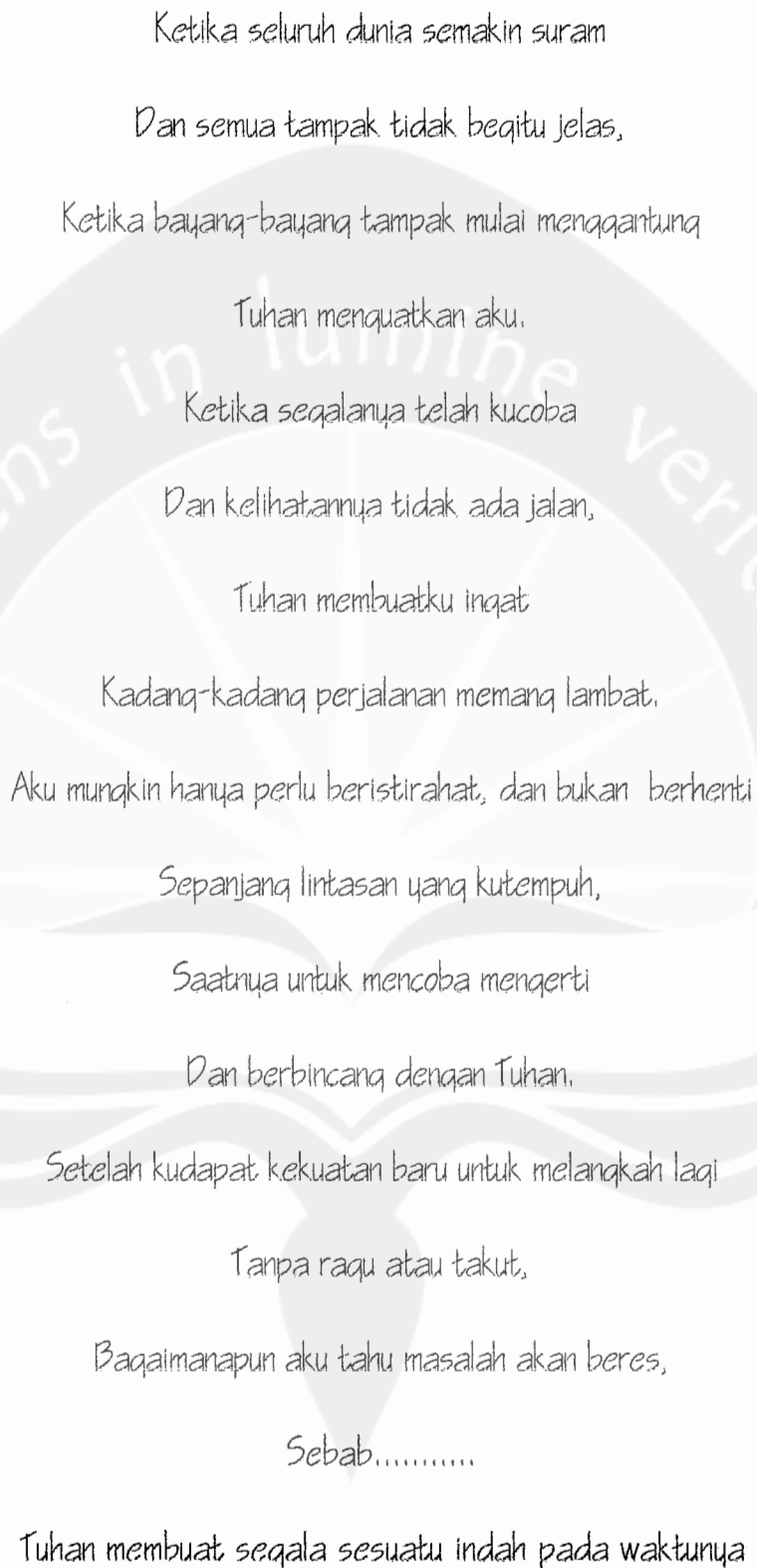
Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya. Segala kritik dan saran diharapkan demi kemampuan penyusunan yang lebih baik.

Akhir kata kiranya Kasih, damai, dan sukacita selalu ada dalam kehidupan kita, sekarang dan selamanya. Tuhan Memberkati.

Yogyakarta, 9 Mei 2005

Penulis,

RR Retno Wijayanti



Ketika seluruh dunia semakin suram
Dan semua tampak tidak begitu jelas,
Ketika bayang-bayang tampak mulai menggantung
Tuhan menguatkan aku.
Ketika segalanya telah kucoba
Dan kelihatannya tidak ada jalan,
Tuhan membuatku ingat
Kadang-kadang perjalanan memang lambat,
Aku mungkin hanya perlu beristirahat, dan bukan berhenti
Sepanjang lintasan yang kutempuh,
Saatnya untuk mencoba mengerti
Dan berbincang dengan Tuhan,
Setelah kudapat kekuatan baru untuk melangkah lagi
Tanpa ragu atau takut,
Bagaimanapun aku tahu masalah akan beres,
Sebab.....
Tuhan membuat segala sesuatu indah pada waktunya

(Pengkotbah 3 : 11)



Skripsi ini kupersembahkan untuk:

☞ *Bapak dan Ibuku Tercinta*

☞ *Yang tersayang : Mba Ana,*

Mba Ayi dan Dion

☞ *My Beloved Eustachius*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
INTISARI	xv

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	3
I.3. Batasan Masalah.....	4
I.4. Tujuan Penelitian.....	4
I.5. Manfaat Penelitian.....	5
I.6. Definisi operasional.....	6
I.7. Hipotesis	7
I.8. Metodologi Penelitian.....	8

I.8.1. Jenis Penelitian.....	8
I.8.2. Data.....	8
I.8.3. Sampel.....	8
I.8.4. Metode Pengumpulan Data.....	9
I.8.4.1. Kuesioner.....	9
I.8.4.2. Observasi.....	9
I.8.5. Tempat Penelitian.....	9
I.8.6. Metode Pengujian Instrumen.....	10
I.8.7. Metode Analisis Data.....	10
I.8.7.1. Pengukuran Data.....	10
I.8.7.2. Aritmatik Mean.....	11
I.8.7.3. Persentase.....	12
I.8.7.4. Tes Hipotesis Beda Dua Rata-rata.....	12
I.9. Sistematika	
Penulisan.....	15

BAB II LANDASAN TEORI

II.1. Perilaku Konsumen.....	16
II.2. Tipe-tipe Konsumen.....	17
II.3. Lingkungan Konsumen.....	18
II.4. Lingkungan Toko.....	20
II.4.1. Lokasi Toko.....	20
II.4.2. Tata Letak Toko.....	21

II.4.3. Suasana Toko.....	21
II.5. Situasi Konsumen.....	23
II.6. Situasi Berbelanja.....	24
II.7. Motivasi.....	26
II.8. Produk dan Pedagang Eceran.....	31
II.8.1. Produk.....	31
II.8.2. Pedagang Eceran.....	33

BAB III ANALISIS DATA

III.1. Persiapan Penelitian.....	38
III.2. Uji Validitas.....	38
III.3. Uji Reliabilitas.....	40
III.4. Analisis Profil Responden.....	40
III.5. Analisis Aritmatik Mean.....	41
III.5.1. Analisis Motivasi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	41
III.5.2. Analisis Alasan Memilih <i>Shopping Mall</i>	43
III.6. Intensitas Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	44
III.6.1. Lama Waktu Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	44
III.6.2. Frekuensi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	45
III.7. Analisis Uji Hipotesis Beda 2 Mean Populasi.....	46
III.7.1. Kesimpulan Motivasi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	46
III.7.2. Kesimpulan Alasan Memilih <i>Shopping Mall</i>	49

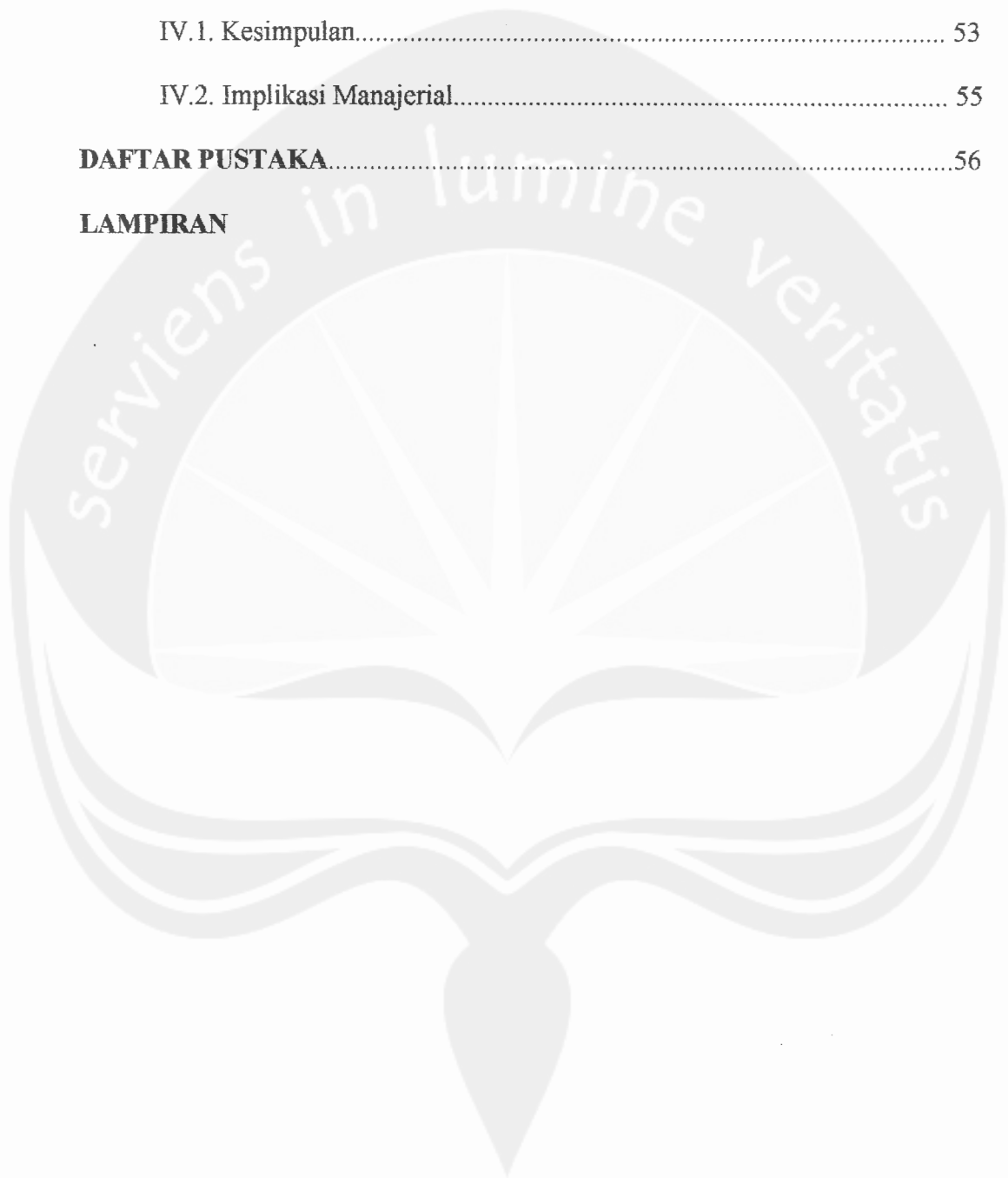
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan..... 53

IV.2. Implikasi Manajerial..... 55

DAFTAR PUSTAKA.....56

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Validitas variabel Motivasi Mangunjungi <i>Shopping Mall</i>	39
Tabel 3.2 Tabel Validitas variabel Alasan Memilih <i>Shopping Mall</i>	39
Tabel 3.3 Tabel Reliabilitas.....	40
Tabel 3.4 Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis kelamin	41
Tabel 3.5 Item yang Memotivasi Seseorang dalam Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	42
Tabel 3.6 Item yang Mendasari Alasan Seseorang dalam Memilih <i>Shopping Mall</i>	43
Tabel 3.7 Distribusi Sampel Berdasarkan Lama Waktu Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	44
Tabel 3.8 Distribusi Sampel Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i>	45
Tabel 3.9 Independent Sampel t test Motivasi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i> <i>Levene's Test</i>	47
Tabel 3.10 Independent Sampel t test Motivasi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i> <i>t test</i>	48
Tabel 3.11 Independent Sampel t test Motivasi Mengunjungi <i>Shopping Mall</i> Group Statistik.....	49

Tabel 3.12 Independent Sampel t test Alasan

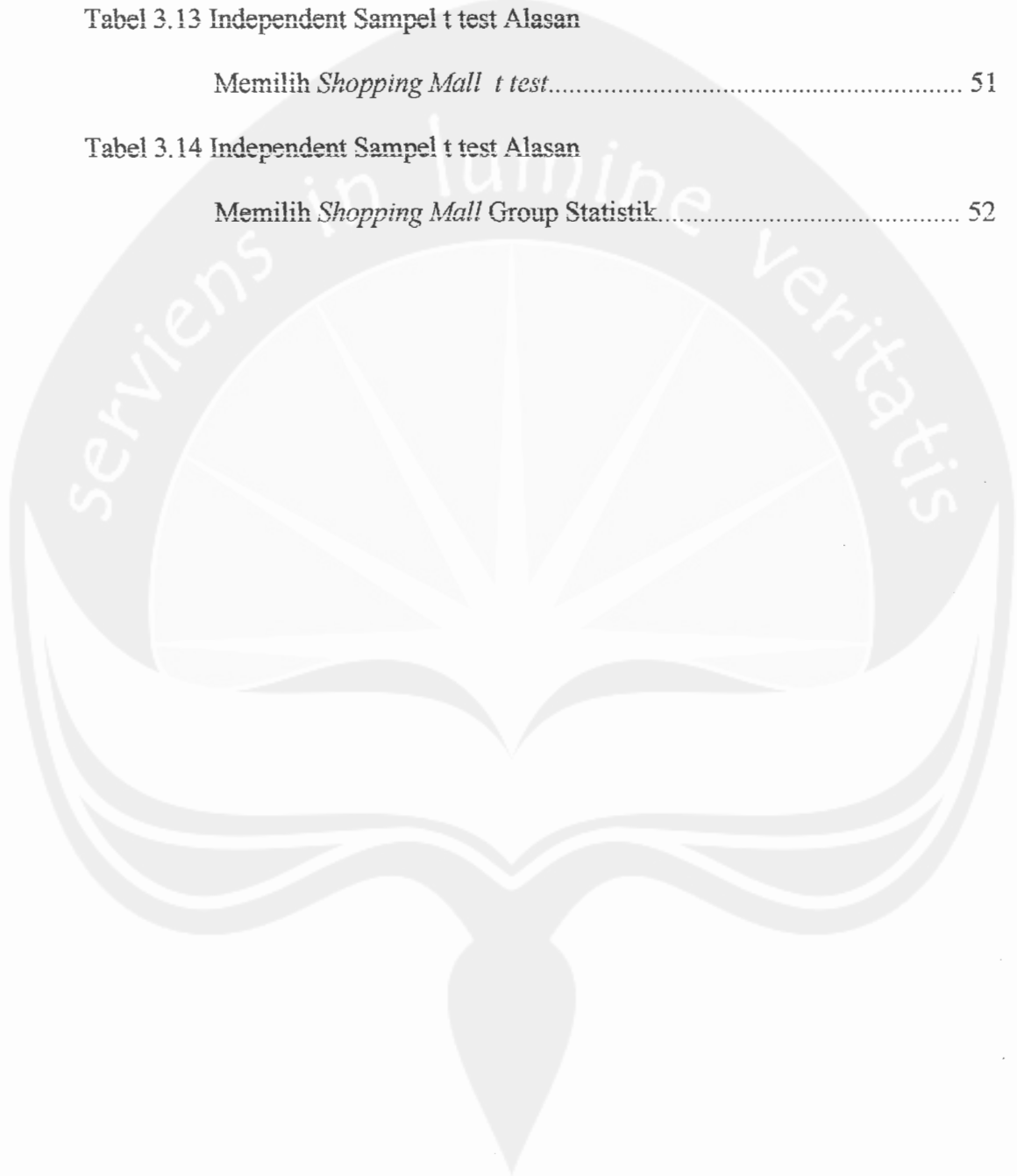
<i>Memilih Shopping Mall Levene's Test</i>	50
--	----

Tabel 3.13 Independent Sampel t test Alasan

<i>Memilih Shopping Mall t test</i>	51
---	----

Tabel 3.14 Independent Sampel t test Alasan

<i>Memilih Shopping Mall Group Statistik</i>	52
--	----



ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MENGUNJUNGI SHOPPING MALL

Disusun Oleh :

RR Retno Wijayanti

NPM : 00 03 12372

Pembimbing Utama

W. Mahestu Noviandra, SE.,M.Scib.

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam mengunjungi *shopping mall*, dilihat dari item apakah yang paling memotivasi konsumen dalam mengunjungi *shopping mall*, alasan apakah yang paling mendorong konsumen dalam memilih *shopping mall* tertentu, lama waktu yang dihabiskan di *shopping mall*, dan frekuensi mengunjungi *shopping mall*. Selain itu juga untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita dalam motivasinya mengunjungi *shopping mall* dan alasannya memilih *shopping mall*.

Kuesioner diujikan kepada 100 responden yang terdiri dari 52 pria dan 48 wanita. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Data primer yang didapat kemudian diuji dengan program komputer SPSS 7.5 for Windows, untuk mengetahui tingkat rata-rata dari masing-masing item untuk variabel motivasi mengunjungi *shopping mall* dan alasan memilih *shopping mall* digunakan analisis *Aritmatik Mean*. Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, lama waktu di *shopping mall* dan frekuensi mengunjungi *shopping mall*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Independent Sampel t test* untuk menguji perbedaan motivasi mengunjungi *shopping mall* antara pria dan wanita dan untuk menguji perbedaan alasan memilih *shopping mall* antara pria dan wanita.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa semua item dari variabel motivasi mengunjungi *shopping mall* dan alasan memilih *shopping mall* valid dan reliabel. Untuk variabel motivasi mengunjungi *shopping mall* item yang menempati urutan pertama adalah membeli sesuatu dan untuk variabel alasan memilih *shopping mall* item yang menempati urutan pertama adalah lokasi, untuk variabel lama waktu mengunjungi *shopping mall* item yang menempati urutan pertama adalah 1 sampai dengan 2 jam, untuk variabel frekuensi mengunjungi *shopping mall* item yang menempati urutan pertama adalah antara 2 sampai

dengan 4 kali dalam satu bulan. Sedangkan pada pengujian beda dua rata-rata dengan *Independent Sampel t test* menunjukkan bahwa ada perbedaan motivasi mengunjungi *shopping mall* antara pria dan wanita untuk atribut makan bersama keluarga dan bermain game sedangkan untuk variabel alasan memilih *shopping mall* tidak terdapat perbedaan antara pria dan wanita.

Kata Kunci : perilaku konsumen, *shopping mall*

